

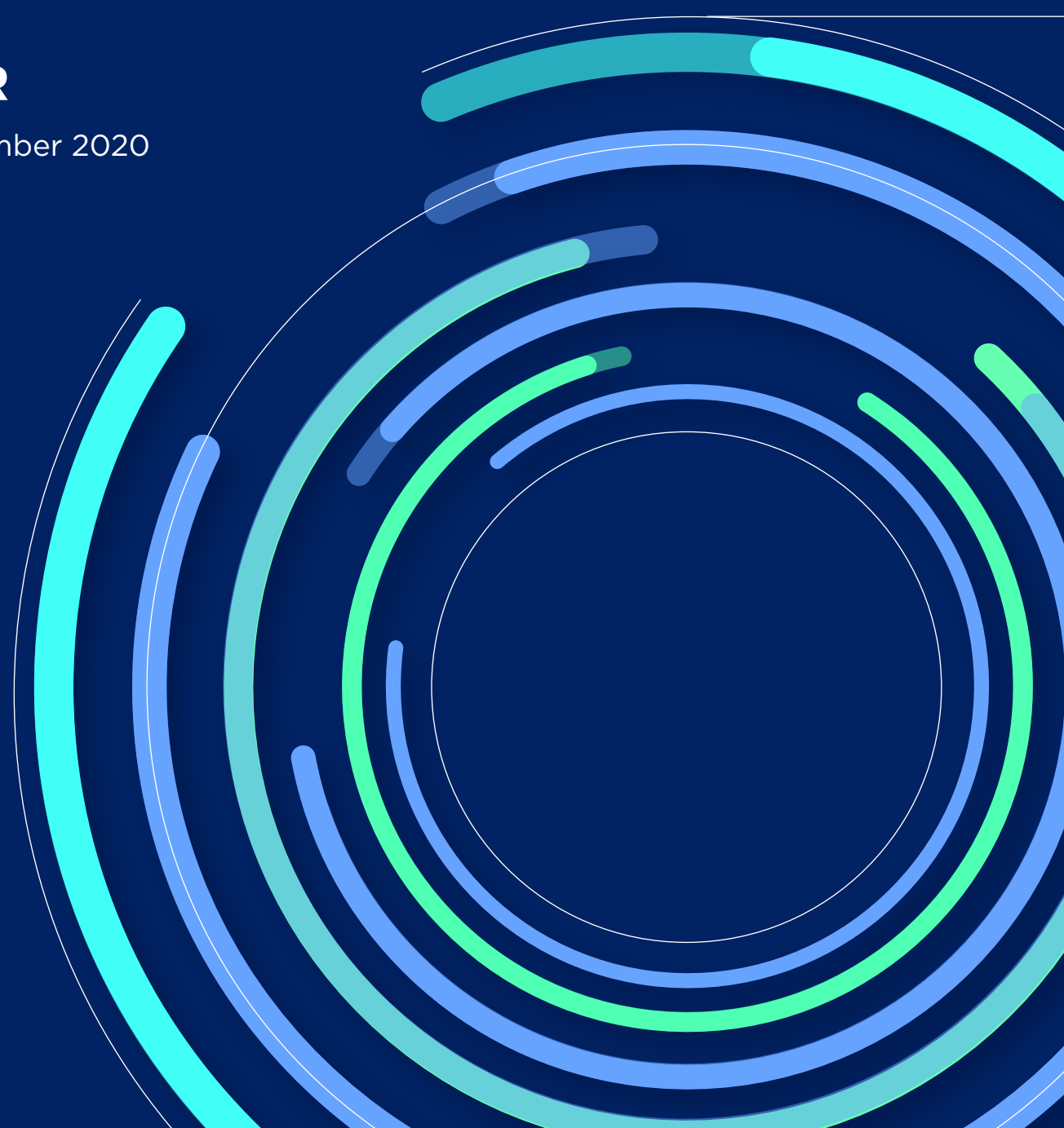
# BANKINGCLUB-RADAR

Umfrageergebnisse | April 2019 bis September 2020

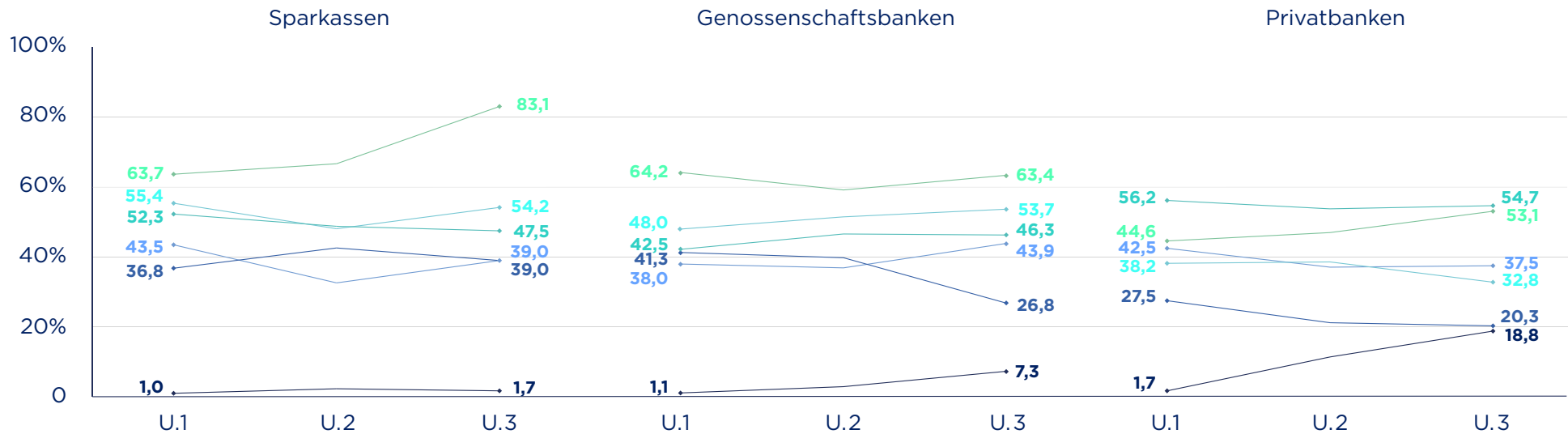


**BANKINGCLUB**  
Wir vernetzen die Finanzbranche

In Kooperation mit **HORN COMPANY**



## Viele Unternehmen sehen sich vom digitalen Wandel bedroht. Welche der folgenden Wettbewerber- Gruppen könnten Ihrem Unternehmen „gefährlich werden“?



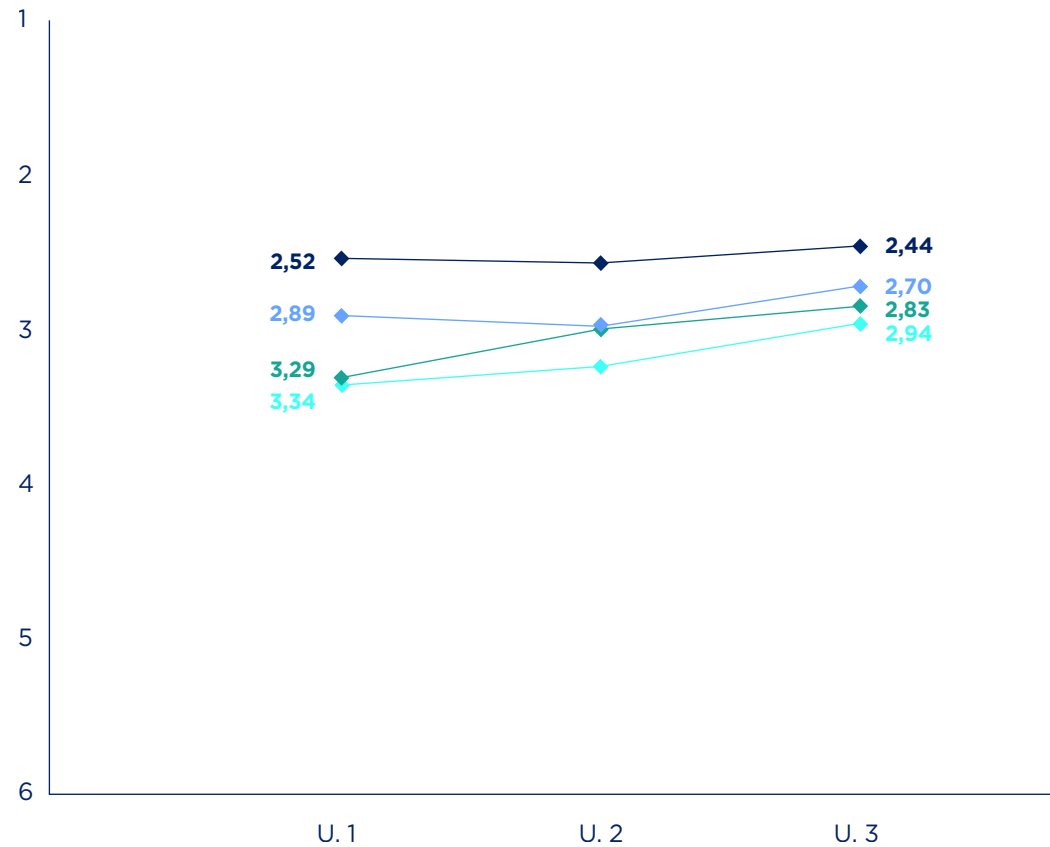
### WER HAT ANGST VOR DEN TECH-GIGANTEN?

Zwischen der ersten und dritten Umfrage sehen 30% mehr im Sparkassenlager eine Bedrohung durch Tech-Giganten. Bei zuletzt 83,1% könnte man meinen, da schlottern schon die Knie! Bei den Privatbanken indes gibt sich jeder Fünfte selbstbewusst: Sahen in der ersten Umfrage nur 1,7% keine Bedrohung, sind es jetzt 18,8%.

- „Tech-Giganten“ (Google, Apple, Facebook, Amazon)
- Andere Finanzdienstleister oder Vermittler
- Direkte Wettbewerber
- Fintechs, Start-ups
- Ökosysteme mit mehreren Playern/Disruptoren
- Keine



## Wie bewerten Sie grundsätzlich die aktuelle Stimmung in Ihrem Unternehmen auf einer Skala von 1 („sehr gut“) bis 6 („sehr schlecht“)?



**STIMMUNG STEIGT**

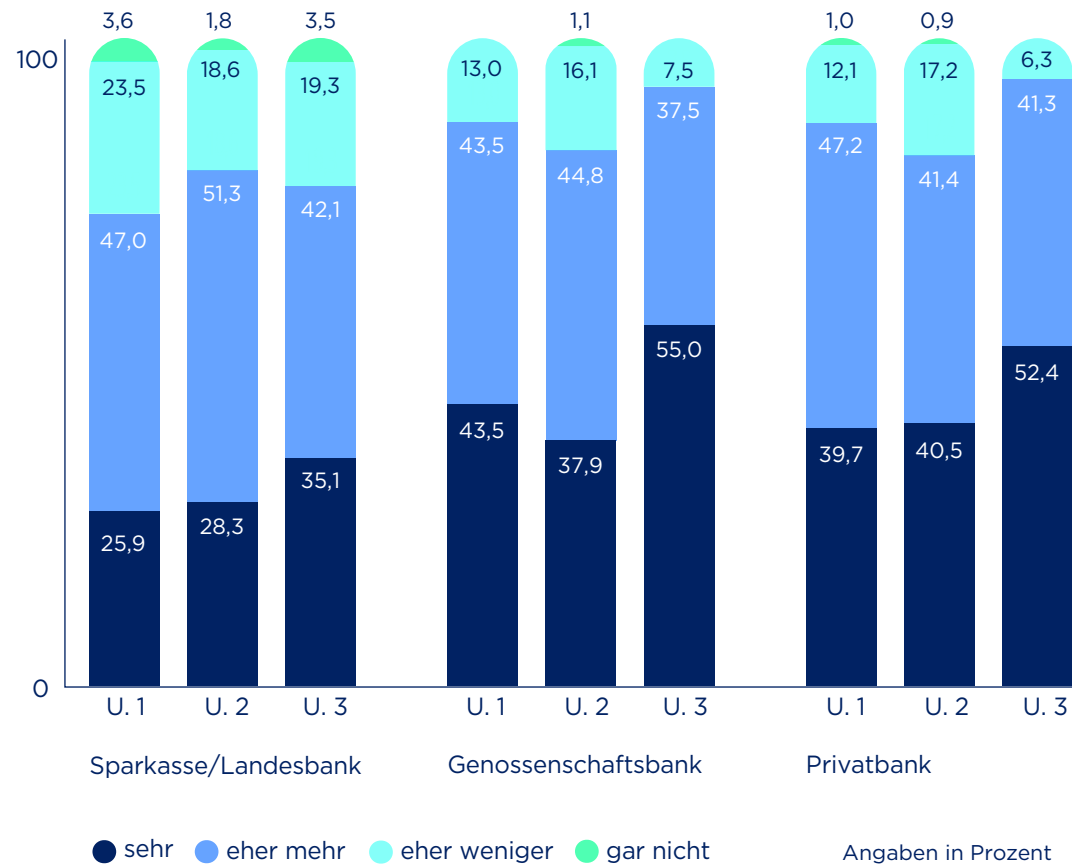
Im Verlauf unseres ersten BANKINGCLUB-Panels steigt die Stimmung bei den Befragten. Auffällig: Je höher die Position, desto besser die Stimmung.

- Spezialist, Experte, Sachbearb.
- Team-, Gruppen-, Projektleit.
- Abteilungs-, Bereichsleitung
- Vorstand, Geschäftsführer





## „Kundennutzen-orientiert“ (statt „Eigenfokus“)

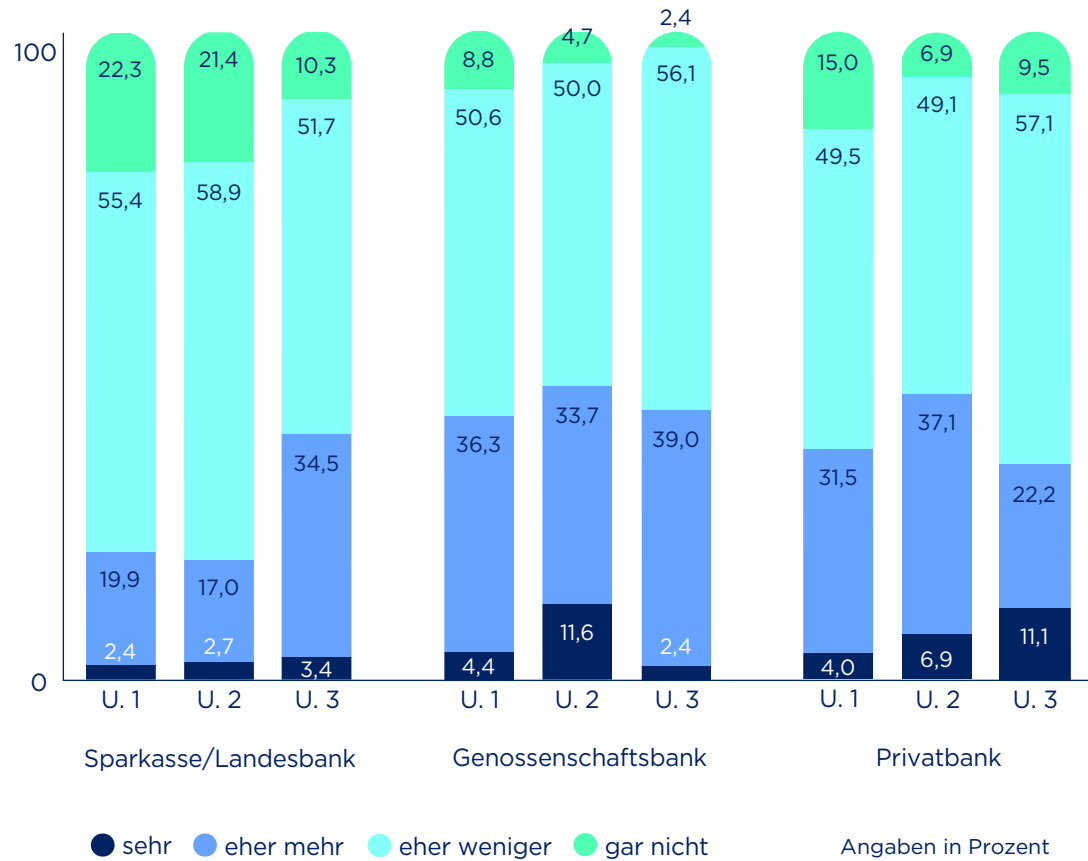


### SELBSTBEWUSST

Privatbanken und Genossenschaftsbanken sehen sich zuletzt mit über 90% Kunden-Nutzen orientiert. „Gar nicht“ Kunden-Nutzen orientiert gibt es in der letzten Umfrage nicht. Sind Sparkassen realistischer oder nicht am Kunden orientiert? Über 20% der Befragten sehen das so? Ein bisschen selbstkritischer dürfte man durchaus an die Frage herangehen.



## „Geschwindigkeit ist wichtiger als Kosten“ (statt „Kosten sind wichtiger als Geschwindigkeit“)

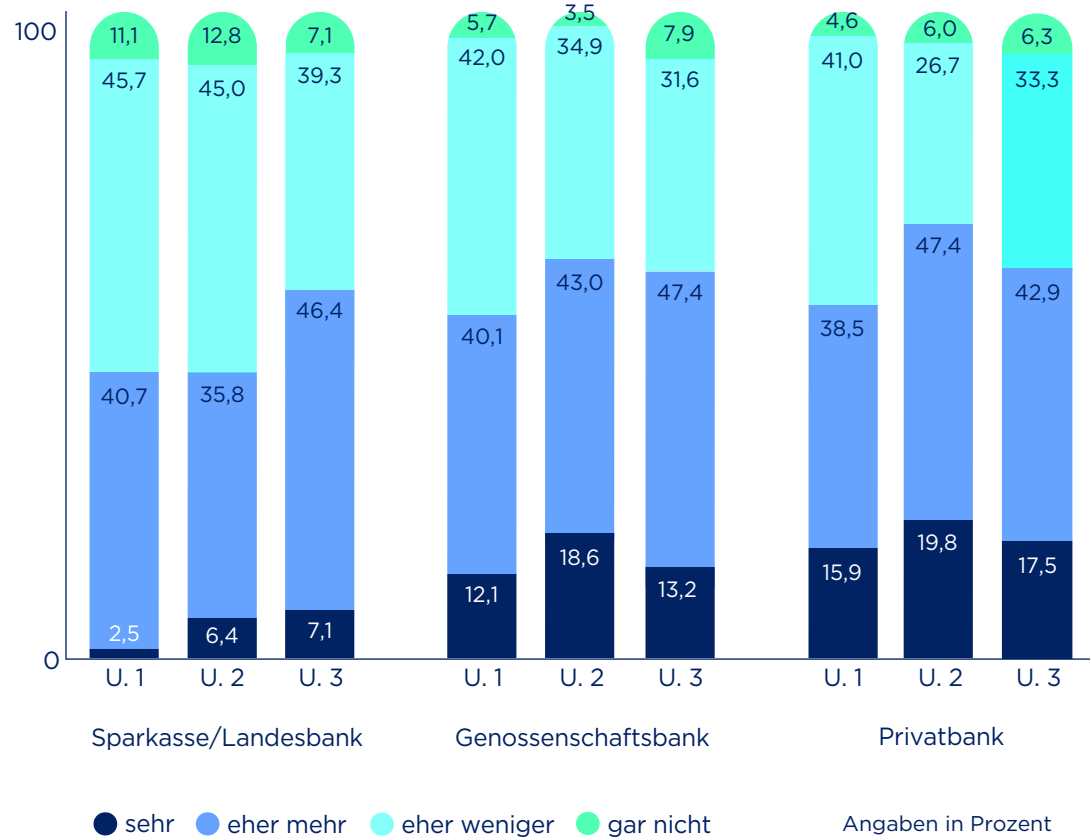


### VERHINDERT DER KOSTENDRUCK NÖTIGE INNOVATIONEN?

Deutsche Banken bilden im Schnitt das europäische Schlusslicht beim Cost-Income-Ratio. So verwundert die Antwort nicht. Und auch hier scheinen die Sparkassen besonders unter zu hohen Kosten zu leiden. Fakt: Mit der Einstellung wird die Transformation nicht so leicht gelingen.



## „Minimum Viable Product“ (statt „110-Prozent-Konzept“)

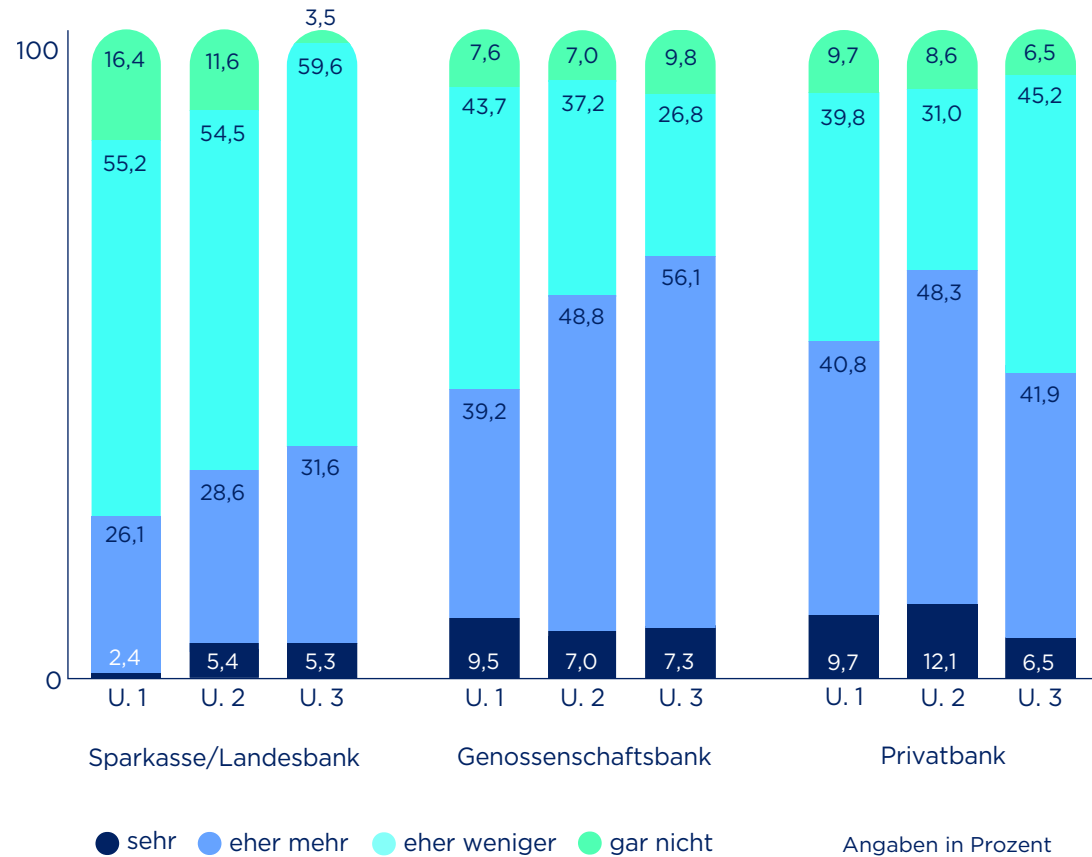


### PROJEKTE WERDEN AGILER

Auch die Sparkassen freunden sich vermehrt mit agilem Vorgehen mit kleinen Umsetzungsschritten an. Insgesamt folgen aber ca. 40% der Verantwortlichen noch der klassischen Logik von Analyse, Konzept und Umsetzung.



## „Stop Starting – Start Finishing“ (statt „Change-Stau“)



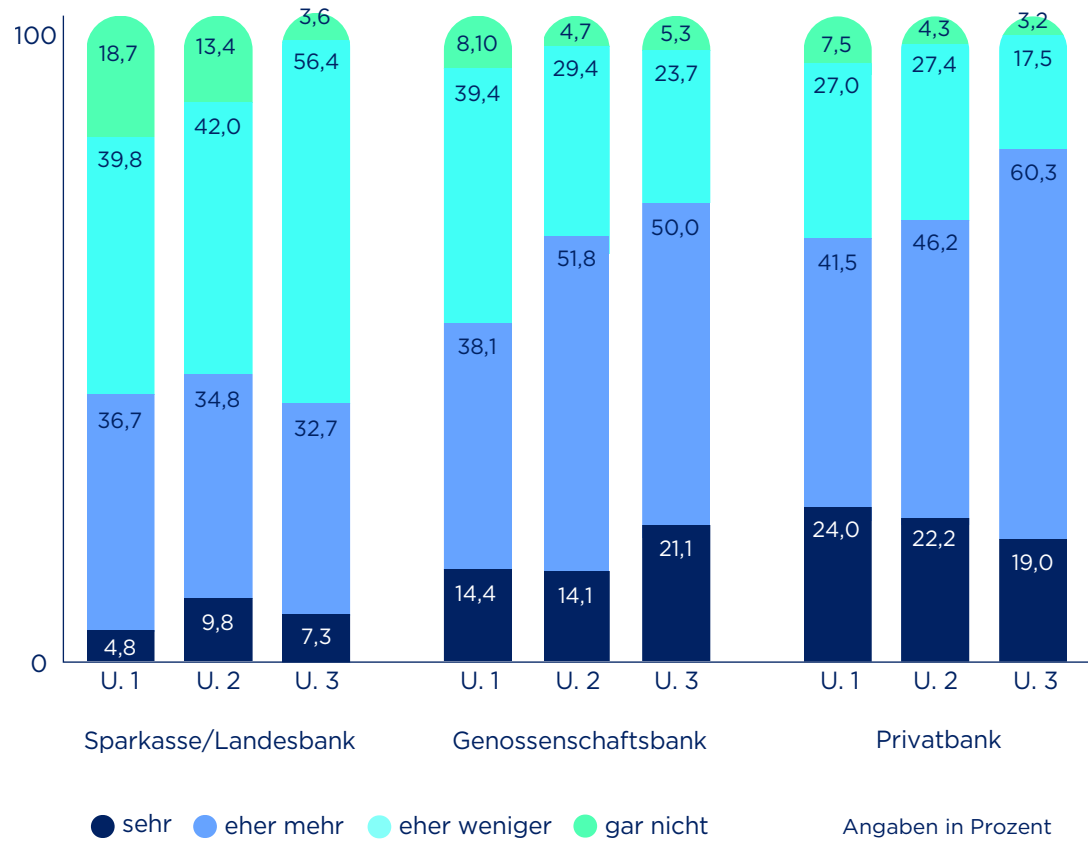
### ERHÖHTE DYNAMIK ERKENNBAR

Obwohl die Sparkassen und die Genossenschaftsbanken an einem Monopol-Rechenzentrum hängen, sind die Genossen in den meisten Bereichen der Umfrage deutlich forschiger unterwegs.

Bei den Privatbanken indes ist in der dritten Umfrage Ernüchterung oder Skepsis eingetreten.



## „Interdisziplinäre & kollaborative Teams“ (statt „Silos“)

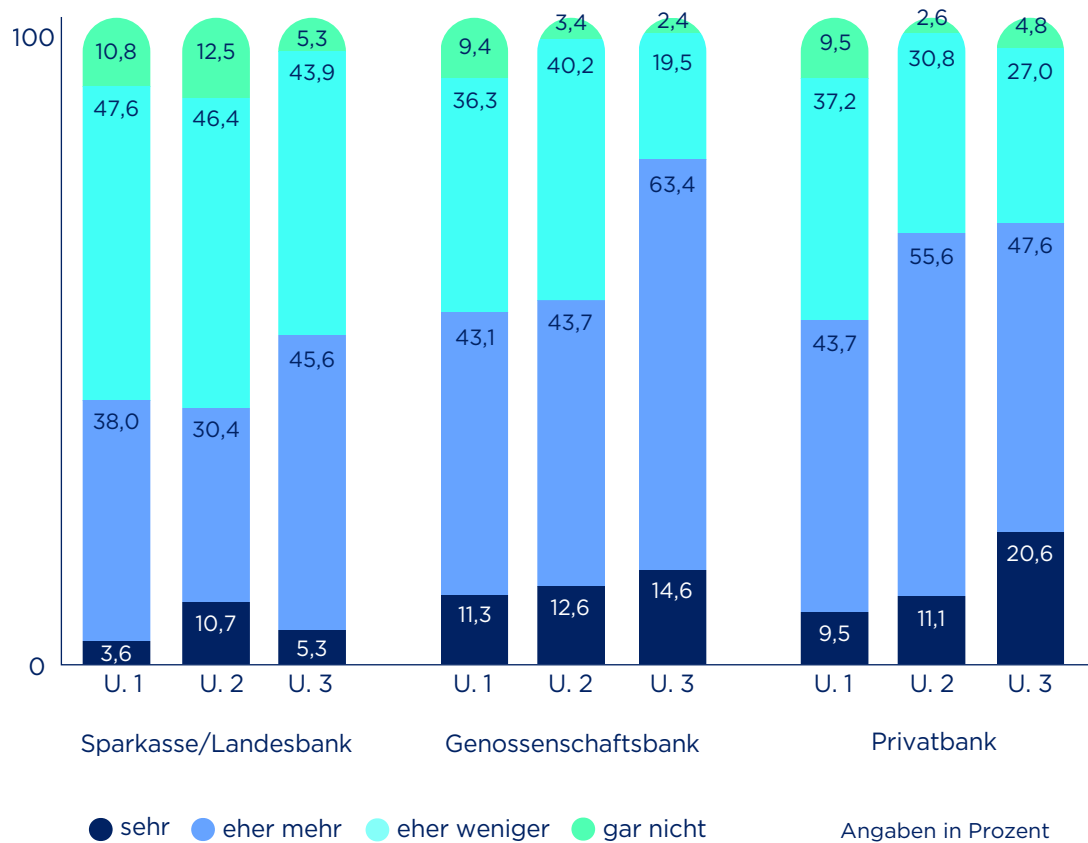


Haben Privatbanken und die Genossenschaftsbanken den Dreh raus? Sie setzen mehr und mehr auf interdisziplinäre Teams. Nur die Sparkassen rücken scheinbar wieder davon ab.





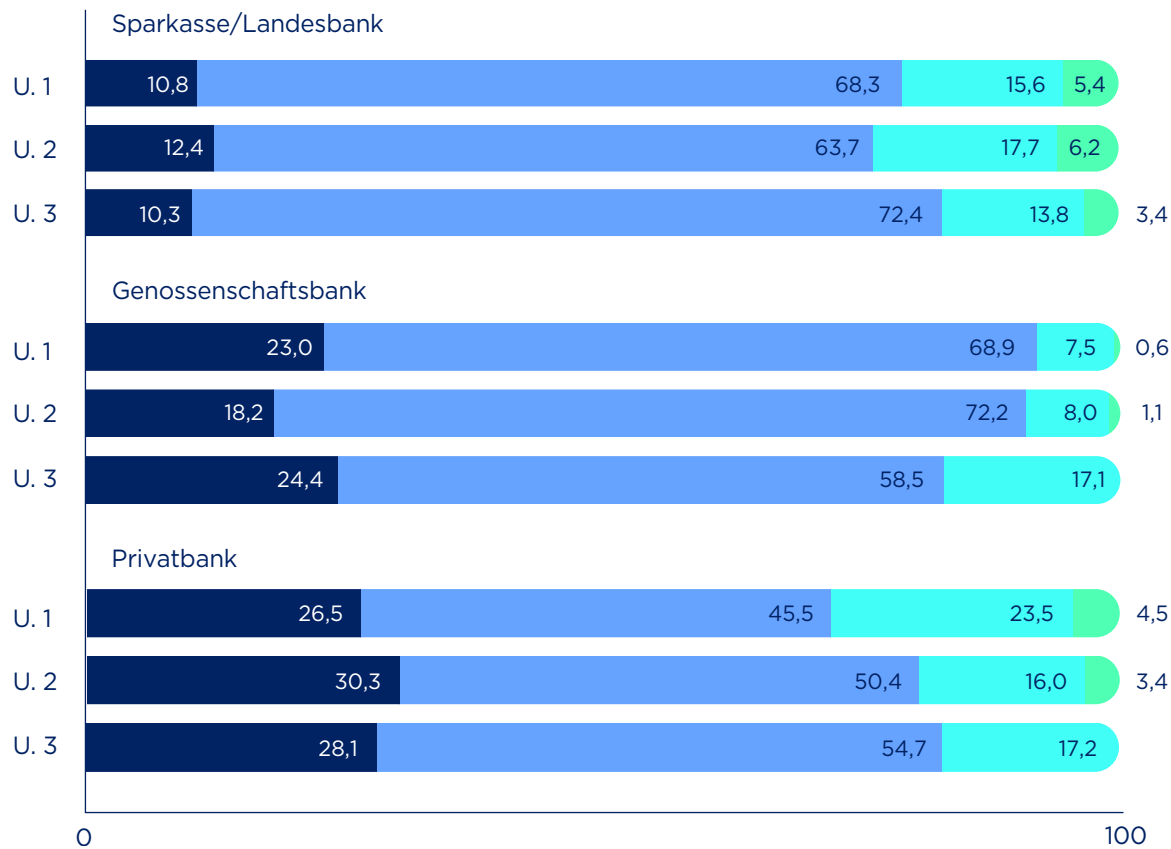
## „Fehler sind Lernchancen“ (statt „100% Fehlervermeidung“)



**AUS DEM SCHLAF DER PERFEKTIONISTEN AUFGEWACHT**

Bank-IT muss fehlerfrei sein. Muss sie das? Auch bei dieser Frage geht in Umfrage 3 ein Ruck durch die Genossenschaftswelt. Fast 80% der Befragte trauen sich was. Auch die Privaten legen zu.

## Wie erfolgreich ist Ihr Unternehmen aktuell“

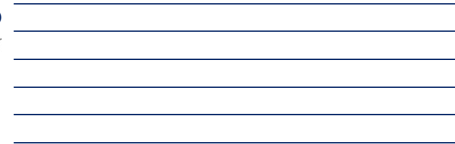


Als so gar nicht erfolgreich sehen sich in der dritten Umfrage nur noch die Sparkassen!

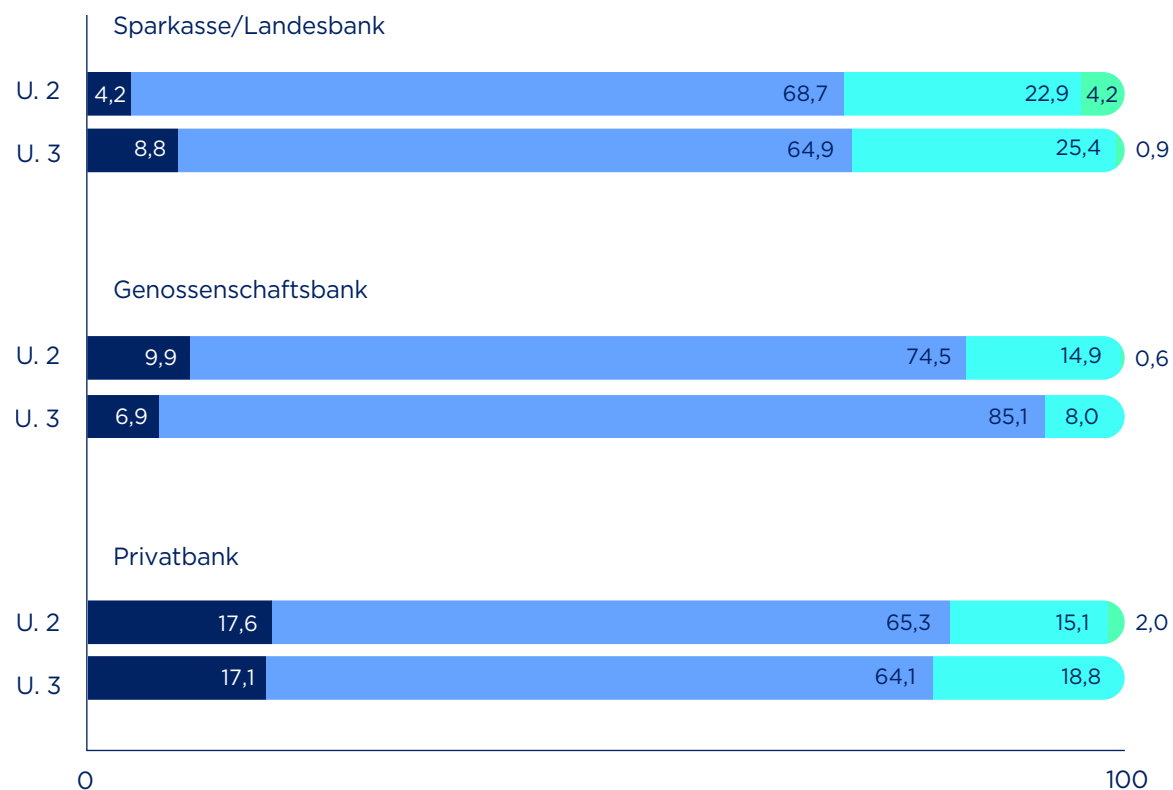
Bei den Methoden ganz vorne, beim Erfolg ein Dämpfer. Hoffentlich korreliert das nicht. Der Erfolg bei den Genobanken bekommt einen Dämpfer in Umfrage 3. Nachdem sie laut eigener Aussage in den ersten beiden Runden die aus ihrer Sicht erfolgreichste Gruppe waren.

- Sehr erfolgreich („Wir wachsen profitabel“)
- Erfolgreich („Wir behaupten uns, u.a. durch Steigerung unserer Effizienz“)
- Weniger erfolgreich („Wir wachsen nicht/ sind nicht ausreichend rentabel“)
- Nicht erfolgreich („Wir haben akute Ertrags-/ Kostenprobleme“)

Angaben in Prozent



## Wie ist Ihre Einschätzung zur digitalen Zukunft Ihres Unternehmens?



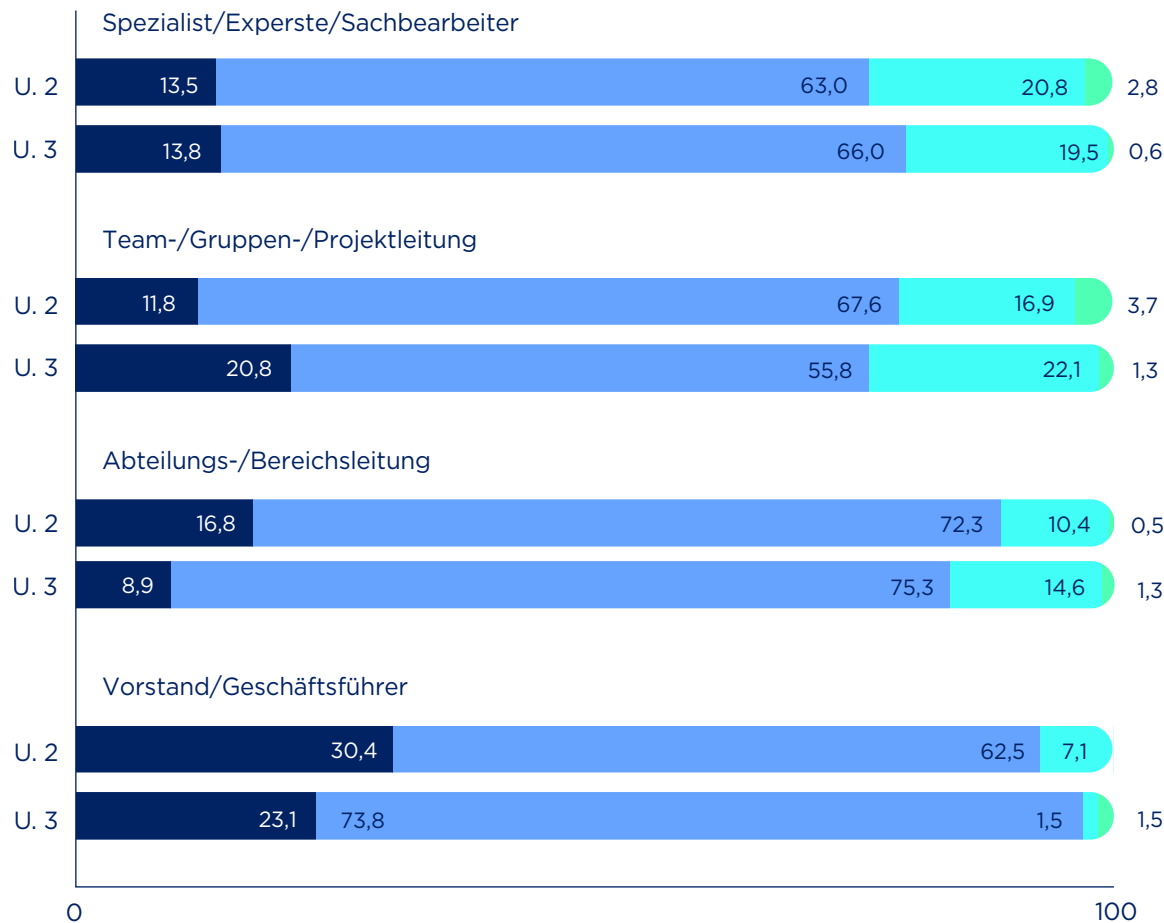
- Positiv („Wir sind gut aufgestellt/haben bzgl. „digitale“ Transformation viel bewältigt“)
- Verhalten optimistisch („Wir sind auf einem guten Weg, haben aber noch viel vor uns“)
- Verhalten pessimistisch („Wir werden große Probleme bekommen, wenn wir uns nicht weiterentwickeln“)
- Pessimistisch („Ich denke nicht, dass unser Unternehmen mit dem bestehenden Geschäftsmodell eine Zukunft hat“)

Angaben in Prozent

Auf Platz 1: Die Genossenschaftsbanken. Ihr Selbstbild auf die Digitale Zukunft sieht im Vergleich am besten aus. Gefolgt von den Privatbanken. Schlusslicht sind die Sparkassen. Immerhin, bei der zweiten Umfrage war keine Gruppe mehr pessimistisch.



## Wie ist Ihre Einschätzung zur digitalen Zukunft Ihres Unternehmens?



- Positiv („Wir sind gut aufgestellt/haben bzgl. „digitale“ Transformation viel bewältigt“)
- Verhalten optimistisch („Wir sind auf einem guten Weg, haben aber noch viel vor uns“)
- Verhalten pessimistisch („Wir werden große Probleme bekommen, wenn wir uns nicht weiterentwickeln“)
- Pessimistisch („Ich denke nicht, dass unser Unternehmen mit dem bestehenden Geschäftsmodell eine Zukunft hat“)

Angaben in Prozent

Wenn Selbstbild und Umsetzung nahe beieinander liegen, dann sieht es um die digitale Zukunft der Genossenschaftsbanken gut aus. 92% sind positiv und verhalten optimistisch, wenn es um die digitale Zukunft geht. Vergleicht man dies mit den öffentlichen Zahlen der Gruppe, dann könnte es da durchaus eine Korrelation geben.



Die Banken befinden sich mitten in der digitalen Transformation, was sich auch am wachsenden Zuspruch zu agilen Paradigmen zeigt. Zentrale Herausforderung hierbei ist, den passenden Dreiklang von Strategie, Target Operating Model und Umsetzung mit den richtigen Schwerpunkten im Projektportfolio zu finden.

*Dr. Oliver Kühle, Partner HORN&COMPANY*

Wurden Amazon und Co. zu lange als gefährliche Wettbewerber unterschätzt? Waren es Anfang 2019 immerhin 63,7% der Befragten, sind es Anfang 2020 schon 83,1%, die sich von dieser Gruppe bedroht fühlen. Zu Recht?

Manche Banken freuen sich über die steigende Nutzung von Apple Pay unter Einbindung der Kreditkarte (da freut sich ja eher Visa & Mastercard) oder jüngst auch unter Einbindung der Girocard bei den Sparkassen. Aber was, wenn Apple den Kunden im nächsten Schritt die eigene Kreditkarte und das eigene Konto anbietet? Dann haben Banken das abgegeben, was derzeit ihr wesentliches Asset ist: Die Schnittstelle zum Kunden!

Wir haben auch gefragt, wie erfolgreich die Befragten das eigene Unternehmen sehen. Die Sparkassen besetzen hier Platz 3. Weil sie nicht so erfolgreich sind, wie die beiden anderen Säulen oder weil sie selbstkritischer sind? Wir sind gespannt auf Ihre Antworten der nächsten Umfragen und werden auch einen Blick auf wirtschaftlichen Daten werfen. Vielleicht gibt es ja Korrelationen?

*Thorsten Hahn, BANKINGCLUB*



Die drei Umfragen, in Kooperation mit Horn&Company, verzeichneten rege Teilnahme. Im Umfrage Zeitraum von März 2019 bis März 2020 haben insgesamt 1648 Personen teilgenommen, davon 834 allein bei der ersten Umfrage. Verantwortlich für Befragung waren Thorsten Hahn und Florian Kuhl.

## IMPRESSUM

**Ansprechpartner: Thorsten Hahn und Florian Kuhl**

BANKINGCLUB GmbH  
Agrippinawerft 22  
50678 Köln

[office@bankingclub.de](mailto:office@bankingclub.de)

**Ansprechpartner: Dr. Oliver Kühle**

Horn & Company  
Kaistraße 20  
40221 Düsseldorf